

КАТАЛОГ ПРОЕКТОВ СТУДЕНТОВ - УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА ПО РАЗВИТИЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

УДК 316.35+364.07
ББК 60.542.15
П 84

Профессиональные компетенции – во благо человечеству!
Каталог проектов студентов– участников проекта по развитию
интеллектуального волонтерства / Фонд президентских
грантов, АНО «Агентство социальных инвестиций и инноваций,
НИУ «Высшая школа экономики»; сост.: Анистратенко О.Б., Гаеде М.,
Малёва У.И., Сидлина Л.З. – М.: Грифон,

2022. – 48 с.
ISBN 978-5-98862-715-9

Важность интеллектуального волонтерства для общества в целом и для каждого человека в частности сложно переоценить, поэтому его распространению и продвижению добровольчества уделяется особое внимание. АНО «Агентство социальных инвестиций и инноваций» совместно с московским и Санкт-Петербургским кампусами НИУ «Высшая школа экономики» реализует среди студентов российских вузов проект по развитию интеллектуального волонтерства социальной направленности. Пилотный этап по осуществлению поставленной цели начался в июле 2021 года: на базе двух кампусов НИУ ВШЭ были разработаны и апробированы модели внедрения прикладного проектного обучения и обучения служением, способствующие повышению социальных компетенций студентов российских вузов за счёт решения задач социальных предпринимателей и некоммерческих организаций, а также за счёт запуска собственных социально значимых проектов.

Основные проблемы, на смягчение и разрешение которых направлен проект:

1. Дефицит практико-ориентированных компетенций студентов – «soft skills» – в рамках традиционных образовательных программ, не содержащих компонента проектного обучения.
2. Дефицит возможностей социальных предприятий и СО НКО, в том числе из-за недоиспользования потенциала привлечения студентов к их деятельности, активно реализуемого за рубежом.
3. Дефицит числа социальных стартапов – новых социальных предприятий и социально ориентированных некоммерческих организаций.

В данном каталоге представлены инициативы и проекты студентов НИУ ВШЭ и партнёрских вузов, реализованные в рамках прикладного проектного обучения.

Для выявления наиболее интересных задач со стороны представителей третьего сектора и социальных предприятий был проведён Первый Всероссийский конкурс «Поведай миру», по итогам которого среди социально ориентированных некоммерческих организаций и социальных предпринимателей составлен список победителей, получивших возможность привлечь к решению задач студентов «Высшей школы экономики».

Проект по развитию интеллектуального волонтерства реализуется АНО АСИИ при поддержке Фонда президентских грантов на развитие гражданского общества в сотрудничестве с НИУ ВШЭ.

ИНТЕРАКТИВНАЯ КАРТА «ИМЕНА УЛИЦ ГОРОДА ИВАНОВО» >>>>



Автор проекта: Даниил Шишов,
Российский университет дружбы народов, направление
«Экология и природопользование»

Знакомство с историей родной улицы – первый и качественный шаг на пути к повышению мотивации каждого жителя к изучению истории своего района, города. Отсюда возникла идея создания интерактивной карты на базе конструктора Яндекс. Функционал прост: пользователь в один клик выбирает улицу и изучает всю информацию – дату основания улицы, почему она так названа, были ли у неё другие названия, какие известные личности здесь проживали, связанные с ней интересные факты и пр. Создатель карты совместил информацию из справочника действующих названий существующих улиц, поименованных территорий и объектов города Иванова, из публикации сайта Музея камня со старыми фотографиями города и их описанием, а также использовал отрывки книги Михаила Тимофеева «Иваново. Город красной зари. Неканонический путеводитель».

Период реализации проекта:
октябрь 2021 г. – февраль 2022 г.

Поэтапная работа над проектом началась осенью 2021 года. Первый этап: оцифровка книги «Имена улиц города Иванова». Второй этап: перенос информации на интерактивную карту. Третий этап: подготовка лендинг-лонгрида с наиболее интересными фактами о каждой улице. Завершающий этап: запуск и тестирование интерактивной карты. Благодаря проекту изучение истории города может идти непрерывно – как в центре городе (в исторической среде), так и на окраинах. В связи с этим создаётся единый городской ландшафт, и жители окраин начинают считать свой район частью города и становятся более осознанными и внимательными к его истории, развитию и сохранности.

Михаил Тимофеев >>>>

Профессор кафедры философии
Ивановского госуниверситета и
приглашённый исследователь в
британском Университете Шеффилда,
автор книги «Иваново. Город красной
зари. Неканонический путеводитель»:

«Хотелось бы, чтобы карт Иванова, в том числе интерактивных, становилось как можно больше. Одна из актуальных задач, стоящих перед создателем карты и перед разными институциями, которые занимаются продвижением города, – популяризация этой карты. Ведь доступность информации – один из факторов, который существенно влияет на известность города, его востребованность у туристов. Пусть это будет первый шаг, чтобы начать заниматься историей города».



Даниил Шишов

«Для меня интеллектуальное волонтерство – новая форма помощи, и об этом нужно рассказать как можно большему количеству людей. Возможности интеллектуального волонтерства велики, и это не только конкретная помощь, но и новые знакомства по мере работы над проектом, приятные эмоции и даже гордость, когда ты наблюдаешь развитие проекта и осознаешь его реальную значимость. Обратная связь, полученная от людей, мотивирует на развитие подобных инициатив в дальнейшем, даёт понять важность этого вида деятельности».

Проект получил информационную поддержку от СМИ и нескольких НКО: КультПатруля (молодёжный проект в сфере популяризации культурного наследия), проекта «Архитектурные излишества» от научного сотрудника Музея Москвы Павла Гнилорыбова.



Сайт проекта
<https://qoube.tilda.ws/ivanovo>

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

4 упоминания

о проекте в СМИ

23 развёрнутых отзыва

от аудитории в Яндекс.Картах

> 1000

просмотров проекта

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «ОСОБАЯ СБОРКА» >>>>



Авторы проекта: Анастасия Плотникова, Арина Степанова,
Софья Шацкая, НИУ ВШЭ

Заказчик проекта: Региональная общественная организация поддержки
инвалидов «Радость», социальное предприятие ООО «Особая сборка»

Социальное предприятие «Особая сборка» решает проблему трудоустройства лиц с ментальными нарушениями.

Эти люди работают на предприятии, выполняют простые алгоритмические ручные трудовые операции (этикетирование товара, сборка подарков, комплектация и упаковка продукции, сборка простейших изделий).

На предприятии трудится более 100 особых сотрудников. Заказчики продукции – малый и средний бизнес.

Студенты получили задачу: разработать маркетинговую стратегию по продвижению услуг компании и привлечению новых заказчиков. В рамках проекта девушки подготовили и оформили коммерческие предложения

для сотрудничества с крупным бизнесом, в котором кратко рассказали об услугах, оказываемых социальным предприятием, и преимуществах сотрудничества.

Члены команды проекта составили шаблоны писем о сотрудничестве для маркетплейсов (два варианта) и для B2B (два варианта), а также оформили презентацию о деятельности компании, включив в неё информацию о миссии и структуре организации и описав проблемы и возможности трудоустройства людей с интеллектуальными особенностями.

Период реализации проекта:
декабрь 2021 г. – март 2022 г.



Арина Степанова

«Для меня интеллектуальное волонтерство – это способ помогать людям, запускающим цепочку благотворительности в большем масштабе, используя при этом профессиональные навыки, приобретённые в университете. Участие в проекте изменило моё отношение и к проблематике системы помощи людям с ментальными особенностями: я поняла, что именно мы можем предпринять, чтобы создать им достойные условия для самореализации. Было приятно взаимодействовать как с участниками команды, так и с организацией. Я с удовольствием продолжу заниматься интеллектуальным волонтерством».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

4 месяца

ушло на проработку
маркетинговой стратегии

12 слайдов

содержит коммерческое
предложение

> 10 встреч

с командой «Особой сборки»



Сайт организации
<https://rooiradost.ru/osobaya-sborka/>

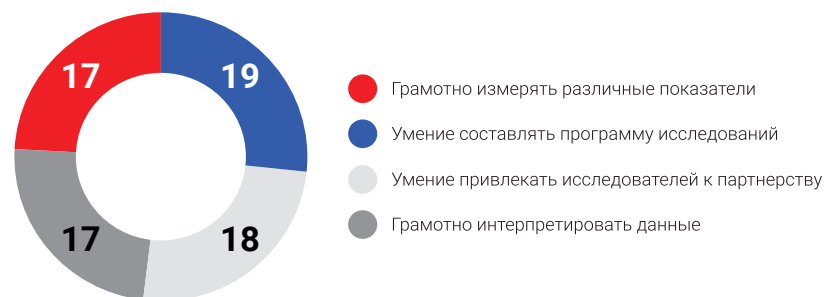
РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРАКТИК: ПАРТИСИПАТОРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ >>>>

Авторы проекта: Ольга Бодрова, Сергей Горбунов, Алексей Воронков, Мария Иванова, Даниил Лебедев, Юрий Шевцов, Екатерина Яковлева, НИУ ВШЭ **Руководитель:** Дарья Игоревна Присяжнюк, заместитель декана по учебной работе факультета социальных наук НИУ «Высшая школа экономики», Москва

Считается, что исследования традиционно проводятся академическими институтами или консалтинговыми компаниями для очень узкой аудитории. По мере профессионализации третьего сектора всё больше организаций некоммерческого сектора предпочитают принимать решения и разрабатывать новые социальные технологии, опираясь

не на предположения, а на достоверные данные. Группа студентов и аспирантов факультета социальных наук НИУ ВШЭ по заказу РООИ «Перспектива» провела опрос среди некоммерческих организаций и выявила следующие потребности в исследовательских компетенциях среди представителей НКО:

Потребности в компетенциях (число респондентов)



Период реализации проекта:
2021 – 2022 гг.

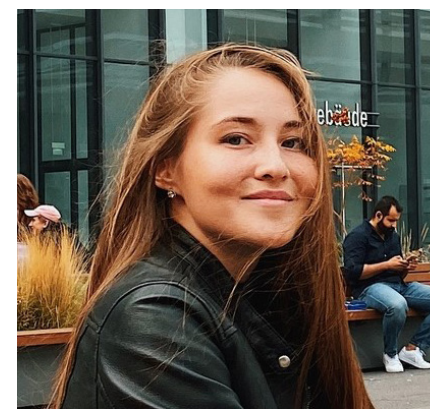
В ходе реализации проекта команда, состоящая из научно-педагогических работников и студентов НИУ ВШЭ, сопровождала исследовательские инициативы сотрудников 15 НКО из разных российских регионов России (Москва, Воронеж, Самара, Нижний Новгород,

Санкт-Петербург, Калининград, Новосибирск, Архангельск, Майкоп, Казань, Екатеринбург, Омск, Сыктывкар, Уфа, Томск).

Первым этапом стало выявление исследовательских и оценочных ожиданий в организационном поле деятельности НКО, работающих с инклюзивной тематикой, путём экспертного опроса социально ориентированных

некоммерческих организаций. Учитывая потребности СО НКО, проектно-учебной группой были проведены серии научно-методологических семинаров. Разрабатывались программы, исследовательский инструментарий, дизайн и методологии социологических и оценочных комплексных партисипаторных исследований. Поддержка НКО производилась в рамках

регулярных встреч и вебинаров, в том числе образовательного характера. В результате была реализована серия мониторинговых партисипаторных исследований в области изучения инклюзивного образования, трудоустройства и доступных социальных сервисов и городских пространств с применением разнообразных исследовательских методов и приёмов.



Мария Иванова

«Это был интересный проект, давший возможность почувствовать себя исследовательским куратором и ознакомиться с интересными партисипаторными исследованиями самих некоммерческих организаций. Я получила опыт реализации проектов с реальным заказчиком, участвовала в анализе, интерпретации эмпирических материалов, непосредственно связанных с темой моей работы».

Результаты проекта будут использованы сотрудниками НКО для лучшего понимания запросов своей целевой аудитории, а также для оценки результативности своей деятельности. Эффекты проекта заключаются в наращивании исследовательских

компетенций у сотрудников НКО, которые могут потребоваться для реализации проектов своими силами или для более точной формулировки исследовательских задач для привлечения внешних партнёров.

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

15 некоммерческих организаций
15 регионов от Москвы до Томска
60 ежеквартальных мониторинговых партисипаторных исследований



Сайт заказчика РООИ «Перспектива»
<https://perspektiva-inva.ru/chto-my-delaem/speczproekty/>

ЭКСПЕРТНЫЙ АНАЛИЗ СРЕДСТВ ИНФОРМИРОВАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА «АПРЕЛЬ» >>>>



Авторы проекта: Татьяна Киричек, Александра Барабанова,
НИУ «Высшая Школа Экономики», образовательная программа «Экономика»

«Благотворительный фонд «Апрель» стремится создавать равные условия для жизни и развития всем детям, независимо от того, в какой ситуации они сейчас находятся. В фокусе деятельности находятся выпускники и воспитанники детских домов и интернатов, дети в кризисных семьях, приёмные дети и их родители.

Деятельность фонда началась в 2005 году в качестве волонтерской помощи детским домам. По мере развития организации стало очевидно, что в помощи больше нуждается ребёнок, а не учреждение. Поэтому сейчас всё своё внимание фонд акцентирует именно на потребностях ребёнка: старается сохранить семью, если та находится в трудной жизненной ситуации, пытается расширить кругозор ребенка и помочь одолеть школьную программу. Если ребёнок всё-таки попадает в детский дом, фонд оказывает поддержку его новым родителям (в случае обретения приёмной семьи). Для тех ребят, кто вырос и выпущен из детского дома, создан ресурсный центр для выпускников.

Для реализации миссии фонда необходима активная фандрайзинговая деятельность, которая позволяет привлечь ресурсы на проекты и программы поддержки его подопечных. Именно этим и было предложено заняться студентам НИУ ВШЭ, а также подумать над новой коммуникационной стратегией с целью продвижения бренда фонда и повышения его узнаваемости.

Период реализации проекта:
январь-апрель 2022 г.

Сотрудничество благотворительного фонда «Апрель» с НИУ ВШЭ началось в январе 2022 года. В процессе работы над проектом студенты познакомились с историей и командой фонда; собрали информацию о количестве подопечных, географии и деятельности, а также отзывы родителей и учеников, принимающих участие в проекте. Ребята оценивали уровень своей подготовки по пятибалльной шкале до и после занятий с педагогами. На основе данных репетиторов и психолога была

построена динамика посещаемости, благодаря которой легко отслеживалась положительная динамика занятий. Также были подсчитаны затраты на осуществление программы в 2021 году. В результате реализации проекта студенты разработали коммуникационную и фандрайзинговую стратегии, описали шаги по увеличению количества подписчиков групп и страниц в социальных сетях фонда «Апрель»

и проекта «Открытый Университет», по привлечению дополнительных источников финансирования проекта фонда «Апрель» за счёт средств частных лиц, а также дополнительной добровольческой и волонтерской помощи. Сотрудничество Фонда с НИУ ВШЭ продолжается, и студенты верят, что смогут и дальше помогать организации в её развитии и популяризации.

Александра Барабанова >>>>

«Проект занимает особое место в моём сердце, ведь у меня есть реальная возможность помочь другим людям, детям. Волонтерская деятельность заставляет меня чувствовать, что я делаю что-то важное и нужное. Если в будущем наша команда сможет изменить текущее положение дел фонда и его проектов в лучшую сторону, то все наши усилия были оправданы».



Людмила Уманец

Директор фонда «Апрель»

«Я очень благодарна лично Магдалене и всему коллективу, который помогал – всем студентам и другим участникам. Со стороны Высшей школы экономики для нас было сделано очень многое».



Сайт Фонда «Апрель»
<https://april-deti.ru/>

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

2 участника

проектной команды

4 месяца

совместной работы

58 участников

опроса, проведённого студентами

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО КЛАСТЕРА «ГНЕЗДО» (Г. БРАТСК) >>>>>



Авторы проекта: Наталья Орлова, Анастасия Акимова, НИУ ВШЭ,
направление «Реклама и связи с общественностью»

Инклюзивный кластер «Гнездо» в городе Братске – третий в России и единственный в Иркутской области. Кластер создавался для социализации, трудоустройства и реабилитации молодых людей с инвалидностью. Уже успешно работают творческая мастерская МЕСТО, благотворительный магазин «Кладовка» – проект-гибрид, состоящий из секонд-хенда, отдела хендмейд-подарков и сладостей, площадки для лекториев. В планах – открытие кафе «Супачо», пространство сенсорной интеграции и реабилитации, арт-гараж. На всех направлениях кластера наравне с обычными людьми будут социализироваться, развиваться и трудоустраиваться люди с ОВЗ.

Создатели инклюзивного кластера «Гнездо» регулярно участвуют в грантовых конкурсах, привлекают пожертвования от частных и юридических лиц, однако в будущем своей стратегией развития видят существование организации

преимущественно за счёт доходов от предпринимательской деятельности. Одним из первых шагов к этой цели является разработка комплексной коммуникационной стратегии развития. Именно такая задача была поставлена перед проектной студенческой группой. Результатом проекта стали разработанные стратегия продвижения и фирменный стиль организации. Студентками были предложены новые направления развития кластера в диджитал-пространстве, организована понятная экосистема бренда, подготовлены POS-материалы для использования в разработке продукта, а также создан брендбук. Кроме этого, сформировано уникальное торговое предложение, даны советы по взаимодействию со СМИ и ведению собственных медиаресурсов.

Период реализации проекта:
октябрь 2021 г. – март 2022 г.

**Ольга
Николаевна Амосова**
Генеральный директор АНО ЦСА «Гнездо»



«Я очень благодарна организаторам за возможность принять участие в этом проекте. Мы в восторге от логотипа и фирменных шрифтов, которые нам разработали студентки НИУ ВШЭ»



Наталья Орлова

«Проект был моим первым опытом по работе с НКО. В результате его реализации удалось построить качественную диджитал-стратегию и разработать визуальный стиль для кластера. Благодаря проекту мне удалось поработать над своими soft skills – креативными навыками, умением нестандартно мыслить, общаться и выстраивать долгосрочные отношения, работать в команде и аргументировать свою позицию».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

- 6** разработанных студентами логотипов
- 3** фирменных цвета бренда определено
- 2** варианта фирменных шрифтов разработано



Группа организации
https://vk.com/klaster_gnezdo

ИНКЛЮЗИЯ КАЖДЫЙ ДЕНЬ: СОЗДАНИЕ ФАНДРАЙЗИНГОВЫХ КАМПАНИЙ ДЛЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ЦЕНТРА «ЙОМ-ЙОМ» >>>>



Авторы проекта: Карина Раевская, Полина Исаева, Темирлан Нуралиев, НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург
Руководитель проекта: Гаеде Сепулведа Магдалена Алехандра, руководитель проектно-учебной лаборатории «Управление репутацией в образовании», НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

Практически любая некоммерческая организация по мере своего развития и взросления сталкивается с необходимостью фандрайзинга (что дословно означает «сбор средств»). Правильно выстроенная фандрайзинговая стратегия позволяет организации стать менее зависимой от грантов и обеспечить стабильную работу со своей целевой аудиторией, благополучие которой зачастую зависит от устойчивости некоммерческой организации.

Инклюзивный центр «Йом-Йом» участвовал в конкурсе для некоммерческих организаций и социальных предпринимателей «Поведай миру» с конкретной задачей: перестроить свою фандрайзинговую кампанию. По мнению сотрудников инклюзивного центра, основная проблема заключалась в том, что мероприятия по сбору средств носили стихийный характер и не были

структурированы, а предложения для бизнеса по поддержке работы центра «Йом-Йом» не были сформированы. При этом представители центра готовы были совместно работать над получением решения с междисциплинарной командой. Студенты должны были уметь работать с большими массивами данных, знать основы SMM, обладать хорошими коммуникационными навыками.

Период реализации проекта:
ноябрь 2021 г. – март 2022 г.

За время работы над проектом студенты провели анализ как фандрайзинговых кампаний некоммерческих организаций, работающих в сфере инклюзии (мероприятия, офлайн- и онлайн-акции для сборов средств или распространения информации о работе НКО по заданным параметрам), так и программ корпоративной

социальной ответственности бизнеса для определения точек пересечения интересов. На основании полученных данных были подготовлены шаблоны

писем-обращений в компании с предложениями о сотрудничестве и сформулирована концепция пиар-кампаний для инклюзивного центра.



Карина Раевская

«Данный проект показал мне особенности сотрудничества с фандрайзинговыми кампаниями. Я научилась работать с большим количеством информации, а также анализировать большие данные. Проект по развитию интеллектуального волонтерства помог лучше понять стратегию обоснования тех или иных инструментов для продвижения различных видов проектов. Помимо практических знаний, я получила много социальных навыков: улучшила свои коммуникативные способности, прокачала эмоциональный интеллект и многое другое».

Маргарита
Дубровина

Фандрайзер, PR-менеджер инклюзивного центра «Йом-Йом»



ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

100 часов

совместной работы над проектом

3 предложения

бизнесу о сотрудничестве

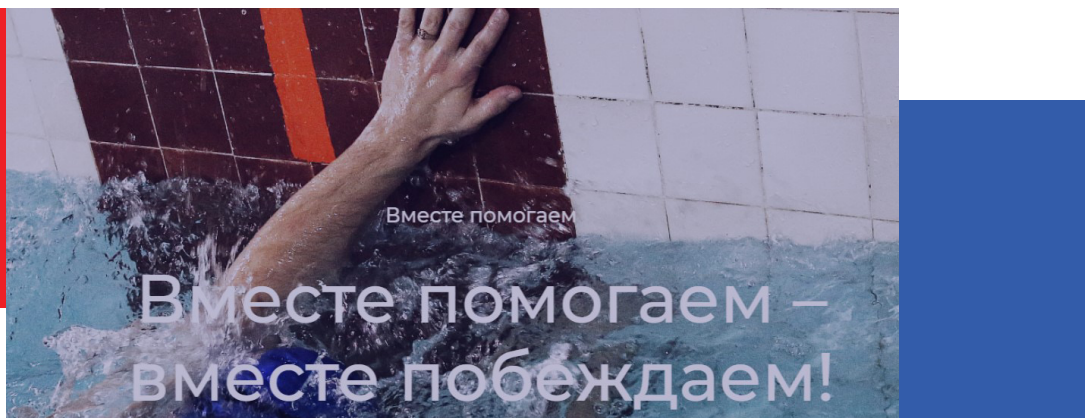
16 фандрайзинговых стратегий
проанализировано



Сайт центра
<https://yom-yom.ru/>

«Инклюзивному центру была необходима помощь в анализе фандрайзинговых кампаний, условно – в анализе благотворительного рынка. Свободного времени на такие задачи у перегруженных сотрудников НКО обычно нет, поэтому мы решили привлечь студентов: для нас – полезная задача, для них – отработка навыков анализа на практике. Мы довольны, что получили подборку фандрайзинговых акций, грантов от компаний и список компаний с контактами, которые мы пригласим стать нашими корпоративными жертвователями. Нам всё понравилось, и мы бы хотели продолжить сотрудничество. Студентам я желаю пробовать себя в новом, университете – продолжать вводить интересные проекты и практики».

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД «ТОЧКА ОПОРЫ» – СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ >>>>



Авторы проекта: Екатерина Ермохина, Алёна Комелева, Александр Киселёв, Дмитрий Олейников, НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург
Руководитель проекта: Светлана Борисовна Богуславская, старший преподаватель Санкт-Петербургской школы экономики и менеджмента, НИУ ВШЭ

Многочисленные исследования показывают, что спорт – один из немногих социальных инструментов, стирающих различия между людьми, способствующих улучшению качества жизни и дающих всем участникам равные возможности. Именно поэтому сотрудники Благотворительного фонда «Точка опоры» видят предназначение фонда в следующем: для людей с инвалидностью спорт – право на социализацию, на полноценный образ жизни, а для общества достижения спортсменов – повод отказаться от стереотипов в отношении людей с индивидуальными особенностями, а также поверить в то, что твой путь зависит не от жизненных обстоятельств, а от твоего отношения к ним. Фонд заинтересован в том, чтобы как можно больше людей знали о возможностях параолимпийского спорта, успехах наших параолимпийцев и постепенно

меняли своё отношение к людям с инвалидностью. Важно донести информацию и до самих потенциальных спортсменов, о возможностях и поддержке, которую они могут получить. Перед командой студентов разных направлений обучения Благотворительный фонд «Точка опоры» поставил следующую задачу: составить план по маркетинговому продвижению организации с целью увеличения лояльной аудитории.

Период реализации проекта:
март 2022 г. – по настоящее время

За время работы над проектом интеллектуальными волонтерами был изучен и структурирован опыт зарубежных некоммерческих организаций в сфере параолимпийского спорта, отобраны наиболее интересные примеры кейсов и акций – варианты помощи некоммерческого сектора адаптивному

спорту с учётом форматов, успешных практик, стратегии взаимодействия с целевыми аудиториями, перспективами развития. Вместе с этим студенты взяли за SMM-исследование по трендам и новым возможностям стратегии продвижения аналогичных организаций в социальных сетях с одновременным проведением аудита сайта Благотворительного фонда «Точка опоры», группы в сети ВКонтакте и канала в Телеграм.

В данный момент разрабатывается план продвижения деятельности Фонда с описанием возможных каналов и путей для продвижения и формирования краткосрочного и долгосрочного контент-планов. В качестве инструмента привлечения внимания к проблематике социального спорта будет разработан дизайн настенного календаря Фонда на 2023 г.



Дмитрий Олейников

«Для меня участие в интеллектуальном волонтерстве – это, в первую очередь, отличная возможность не только получить опыт использования собственных профессиональных навыков, но и возможность оказать безвозмездную помощь во имя благой цели. Несомненно, очень важно заниматься деятельностью, приносящей пользу обществу».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

3 разных направления обучения у членов команды
> 50 часов работы над проектом



Сайт проекта
<https://fondopora.ru/>

МОЛОДЁЖНО-ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРОГРАММА «ПРОДОМ» >>>>



Авторы проекта: Алина Гопаца, Алина Гурьева, Надежда Ягафарова, Никита Мохан, Анастасия Никитина, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиала РАНХиГС при Президенте РФ

Ковидные ограничения обозначили важность и перспективность развития внутреннего туризма в субъектах РФ. Внутренний туризм стал точкой роста в первую очередь для регионов, поскольку он способствует повышению уровня их социально-экономического развития, а также формированию положительного имиджа, на который большое влияние оказывает мнение молодёжи. Студенты Поволжского института управления решили объединиться и содействовать развитию внутреннего туризма и повышению туристической привлекательности Саратовской области путём разработки и организации туристических маршрутов для молодёжи от 18 до 25 лет и заинтересованного взрослого населения с охватом не менее 500 человек в год.

Период реализации проекта:
январь 2022 г. – по настоящее время

В рамках проекта командой были разработаны молодёжные туристические поездки в пять муниципальных районов

Саратовской области (длительностью в 1-2 дня): Аткарск, Энгельс, Новые Бурасы, Красноармейск, Хвалынский. Из них к настоящему моменту осуществлено три поездки.

Каждый маршрут оснащён интерактивной программой, разработанной с учётом исторических и культурных особенностей территорий. Программа насыщена актуальными и интересными для современной молодёжи форматами:

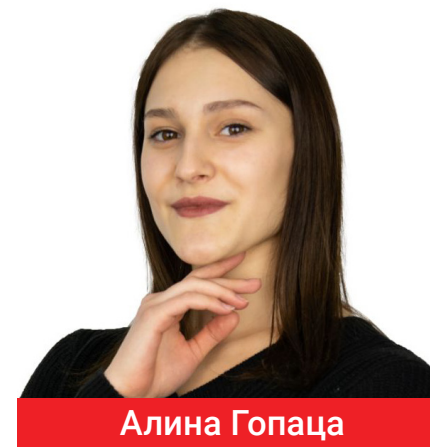
1. Погружение в историческую реальность через персонажей программ. В каждом туре предлагается своя легенда, которая ложится в основу программы и является познавательно-историческим форматом деятельности (квесты, квизы, головоломки, театрализация, погружение в историческое время и т. д.) для туристов.
2. ФотоТур – обязательная часть каждого маршрута, включающая организацию фотосессии для участников на заранее

подготовленных локациях исторического и культурного наследия.

3. Акция «Посади черенок» – благотворительная акция по маршруту «Аткарск», заключающаяся в содействии разведению когда-то знаменитого на всю Россию сорта аткарских роз.
4. ИнфоBook – информационный буклет. Содержит современную иллюстрированную инструкцию по высадке аткарских роз и уходу за растениями с QR-кодами, позволяющими выйти в интернет-пространство для получения полной и наглядной информации.
5. Поющий гид – развлекательная часть каждой туристической программы во время трансфера до места следования (персона, исполняющая ряд тематических музыкальных произведений).

6. Организация системы скидок в местах проведения мастер-классов и реализации сувенирной продукции, а также TOUR-SHOP – магазин памятных вещей и символики.
7. Розыгрыш продукции мастерских школы-интерната № 1 г. Энгельса. Прямое сотрудничество, содействие развитию и продвижению продукции, изготовленной молодыми ребятами с ОВЗ.

Социальный эффект: формирование позитивного имиджа региона как у жителей, так и гостей, досуг, принцип «развлекая – получай» (знакомство с предприятием/работодателем), возможность импортозамещения и развития на родной земле.



Алина Гопаца



Сайт проекта
<http://prodomtour.tilda.ws/>

«Благодаря участию в проекте я усовершенствовала навыки коммуникации и проектного управления. Полученный опыт помог мне развить критическое мышление, лидерские качества, креативный подход к решению вопросов».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

5 туристических программ с погружением в историческую реальность разработано

1000 рублей

средняя цена одного тура

1 поющий гид

персона, исполняющая ряд тематических произведений во время тура

> 6 тыс. рублей

чистой прибыли за одну экскурсию имеют местные производства от сотрудничества

ПРОЕКТ «ВЫШКА Х ПОКРОВ ХРАМ». ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРВЬЮ: U-TURN. «Про жизнь.RealiTy» >>>>



Автор проекта: Валентина Лемешко, НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, направление «Политология и мировая политика»

В современных условиях особую актуальность приобрела проблема сохранения историко-культурного наследия. Корни каждого человека – в истории и традициях семьи, своего народа, своей страны. Ощущая свою причастность к истории, мы заботимся о сохранении всего, что дорого народной памяти.

У прихода храма Покрова Божией Матери в Южно-Приморском парке г. Санкт-Петербурга назрела потребность поведать миру истории приходских людей, которые нашли себя в служении, в волонтерских проектах и получили определённый жизненный опыт. За эту задачу взялась студентка Валентина Лемешко из питерского университета.

Период реализации проекта:
ноябрь 2021 г. – май 2022 г.

В приходе есть талантливые и уникальные личности, чьи истории интересны широкой аудитории, могут стать опытом и опорой в жизненном взрослении. Видеорассказы из

жизни прихожан позволили запечатлеть события и традиции прошлого, сохранить связь поколений. Самой пожилой героине проекта – насельнице богадельни – 105 лет. Пока живы такие люди, важно успеть записать их истории и опыт.

На первом этапе проекта были собраны различные истории прихожан. К работе подключились фотографы и видеографы-волонтеры. Всего проведено около 25 интервью. Запись велась в нескольких форматах: тексты, видео, аудио и фото. Далее материалы обрабатывались: проводился монтаж, редакция текста и снимков для дальнейшего размещения в сети. Параллельно с этим разрабатывался план и концепция размещения материалов, стратегия продвижения проекта.

В проект приглашались студенты первого и четвертого курсов с хорошей успеваемостью, мотивацией и коммуникабельностью. Они должны были обладать минимальными навыками проведения интервью, опытом создания

медиапродуктов и их продвижения. Проект позволил студентам на практике отработать имеющиеся компетенции.

Результатом реализации инициативы стала серия интервью, а также документальный фильм о храме.



Валентина Лемешко

«Я много разговаривала с набожными людьми по разным вопросам и темам, и меня это духовно обогатило. Что касается навыков, отмечу улучшение самоорганизации и многозадачности. Иногда мне приходилось проводить съёмку одновременно с двух камер, параллельно я брала интервью. Мы сняли много материала о церкви, и мне кажется, что обществу полезно знать аспекты, которые затронуты в интервью, – часто это моральные вопросы, которые поднимают наши герои, но также и практические. Через видео мы показываем, что такое церковный приход, какие люди здесь живут. Я с радостью приму участие в подобном проекте повторно».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

120 часов

совместной работы

над проектом

10 часов

отснятого материала

25

проведённых интервью



Сайт организации
<https://pokrovhramspb.ru>

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭКОСИСТЕМА «HANDEC» >>>>



Авторы проекта: Михаил Шепелев, Дария Павлова, Александр Чернявский, Александр Кондаков, Денис Родичев, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал РАНХиГС при Президенте РФ

Школа-интернат АОП № 1 г. Энгельса создает условия для общения, самореализации, активной интеграции детей с ограниченными возможностями в социокультурную среду. Эти задачи решаются в рамках технологического центра «ТехноГрад-64», где подростки с ОВЗ (в том числе слабослышащие) обучаются техническим основам работы на оборудовании с ЧПУ. Ключевая цель центра: трудоустроить выпускников и дать необходимые навыки для занятия предпринимательской деятельностью. В целях реализации сувенирной продукции, создаваемой воспитанниками центра с нарушением слуха в процессе обучения, студенты получили запрос на разработку функционирующего бизнес-алгоритма. Именно эта задача стала основной (но не единственной) для проектной команды.

Период реализации проекта:
декабрь 2021 г. – март 2022 г.

В рамках проекта студенты создали функционирующий онлайн-магазин «HanDec» и информационный канал

в социальной сети Телеграм. Онлайн-магазин стал площадкой для продажи сувенирной продукции, создаваемой воспитанниками центра. На его базе подростки также пробуют себя в качестве предпринимателей.

Планируется, что онлайн-магазин позволит установить постоянные коммерческие отношения между школой и потенциальными покупателями, в том числе коммерческими предприятиями, региональными органами власти, другими социальными учреждениями г. Саратова и г. Энгельса. Сейчас проект студентов является связующим звеном между работодателями и школьниками и помогает им интегрироваться в предпринимательскую деятельность. В рамках проекта разработан и организован адаптивный образовательный онлайн-курс с сурдопереводом для школьников с ограничениями по слуху. В него вошли открытый доступ к серии лекций и углублённый теоретический материал, практические кейсы и тестирование по вопросам бизнес-грамотности. Для развития профессиональных

навыков организовано проведение недельного Профессионального Хакатона с привлечением работодателей городов Саратова и Энгельса, где техническим заданием являлось создание уникальной продукции.

Месячный киберспортивный тренинг, проведённый в рамках проекта, стал

**Владимир
Владимирович Попов**

Директор ГБОУ СО «Школа-Интернат
АОП № 1 г. Энгельса»



«Проект, реализованный студентами, позволил выстроить систему «заказчик – потребитель» и показать ребятам, воспитанникам нашего интерната, как выглядит процесс реализации собственного дела изнутри».



Михаил Шепелев

«Лично для меня данный формат интеллектуального волонтерства помог развить вполне профессиональные навыки – администрирования, организации работы и, конечно же, работы с людьми с ограниченными возможностями здоровья. Данная работа требует особого подхода и открывает новый взгляд на неочевидные вещи»

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

> 758

подписчиков привлечено
в телеграмм-канал

34 %

рост продаж продукции
ТехноГрада-64

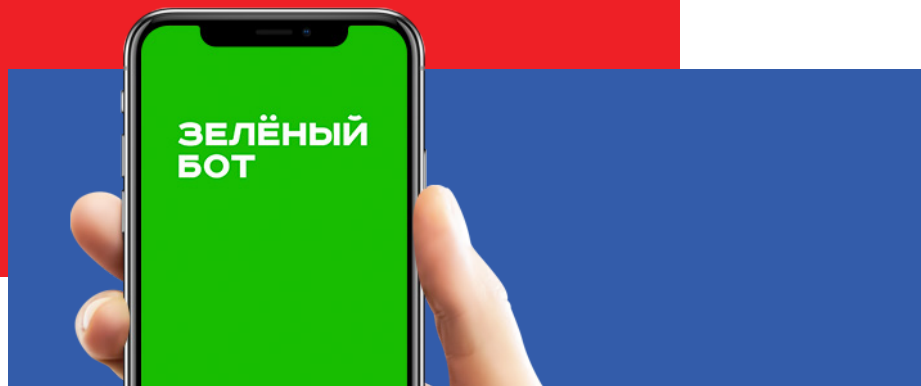
4 реализованных подпроекта

(хакатон, тренинг, онлайн-курс
и продвижение продукции)



Интернет-магазин,
разработанный студентами:
<http://handec.ru/>

ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ СМАРТФОНОВ «ЗЕЛЁНЫЙ БОТ» >>>>



Команда проекта: Алина Галимова, Павел Битяков, Регина Яковлева,
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

Важность здорового питания осознают во всём мире, в том числе и в России. Количество заинтересованных в своём здоровье людей растёт с каждым годом, поэтому многие покупатели стали внимательнее относиться к выбору продуктов. По оценкам экспертов Роспотребнадзора, до 60 % продуктов в магазинах наносят вред здоровью человека. Возможное решение этой проблемы – создание сервиса для проверки состава продуктов на наличие в них вредных и небезопасных компонентов с подробным описанием каждого ингредиента.

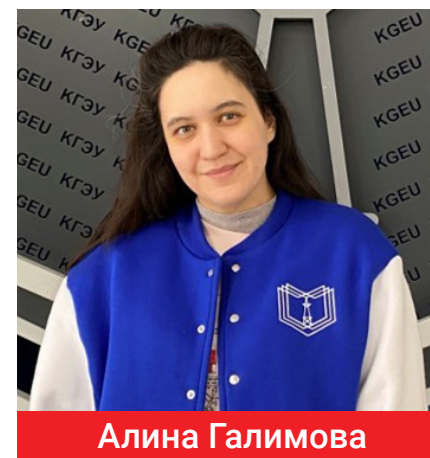
Для решения данной проблемы студенческая команда поставила перед собой задачу содействовать экологизации ритейла путём запуска мобильного приложения «Зелёный бот» с привлечением 1150 пользователей в течение первого года (2023 г.).

Период реализации проекта:
январь 2022 г. – по настоящее время

Приложение «Зелёный бот» подразумевает наличие двух ключевых функций:

- возможность использовать встроенный сканер QR-кода, специально размещённый рядом с ценником и содержащий информацию о производителе, степени экологичности состава, наличии экомаркировки;
- возможность ознакомиться с оценкой продукции, состоящей из рейтинга по пятибалльной шкале и отзыва в расширенной версии.

Приложение создаётся в программе Android Studio, которая является интегрированной средой разработки (IDE) для сотрудничества с платформой Android.



Алина Галимова

«Наш продукт уникален: действующие аналоги на российском рынке отсутствуют. Учитываются интересы нескольких групп потребителей: покупателей, ритейлеров, поставщиков (приоритетно местное производство в целях развития отечественного производителя). Проект соответствует трём национальным целям развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года, разработанным Правительством РФ: комфортная и безопасная среда для жизни; сохранение населения, здоровье и благополучие людей; цифровая трансформация. Иницилируемый проект помог отработать механизмы взаимодействия с локальным сообществом, улавливать предпочтения и отвечать на запросы. Для меня участие дало возможность прокачать свои навыки в сфере управления проектами, получить практику руководителя проекта ещё в одном кейсе – благодаря работе в команде, внести вклад в развитие практик экологически чистого потребления, тем самым содействовать развитию повестки ЦУР».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

200 часов

работы над проектом

50 человек

подтвердили актуальность создания приложения

4 члена проектной команды

2 экономиста, 1 рекламщик
и 1 программист

ПРОДВИЖЕНИЕ ДЕТСКОГО ИНКЛЮЗИВНОГО РАЗВИВАЮЩЕГО ЦЕНТРА «МАНЯ» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ >>>>



**Автор проекта: Ташбаев Жахонгир,
НИУ «Высшая школа экономики» – Санкт-Петербург.**

Многие социальные предприятия сталкиваются с проблемой низкой узнаваемости бренда, что напрямую влияет на количество потенциальных клиентов, а значит – и на объём оказания социально значимых услуг. Именно по этой причине Детский инклюзивный развивающий центр «Маня» из Пермского края принял участие в конкурсе для СО НКО и социальных предприятий «Поведай миру» и получил возможность сотрудничества с Высшей школы экономики.

Работа центра направлена на инклюзивное образование. В 2020 году создан Альянс из двух социально-ориентированных организаций под товарным знаком «Маня». Альянс имеет пять подразделений в г. Перми, которые расположены в четырёх районах, а это 7 групп дневного пребывания детей, 6 дефектологических кабинетов с сенсорным оборудованием, зал адаптивной физической культуры, где с детьми занимаются узкие специалисты. Центры посещают более 650 детей в год,

50 % из них – дети с особенностями в развитии. В планах компании – открытие учебного центра для педагогов в целях распространения опыта в области инклюзивного образования в другие регионы Российской Федерации. Несмотря на масштабность и развитие проекта, доходов, которые организация получает от своей деятельности, иногда не хватает на покрытие расходов. Главной задачей создатели проекта видят многократное увеличение продаж оказываемых центром услуг. В связи с этим перед студентом поставлена цель разработать победную маркетинговую стратегию, благодаря которой о Детском инклюзивном развивающем центре «Маня» узнает каждый нуждающийся в его услугах.

Период реализации проекта:
ноябрь 2021 г. – январь 2022 г.

В рамках проекта студент работал над стратегией продвижения центра. Проведён анализ имеющихся информационных ресурсов организации (сайт, социальные

сети, платформы краудфандинга и т. д.). Основываясь на его результатах, предложены рекомендации по повышению охватов. Результатом проекта стал план

развития НКО с расписанными целями, задачами и возможными результатами, определением и расчётом планируемых KPI; с описанием бюджета проекта.

Жахонгир Ташбаев >>>>

«Я приобрёл новый опыт, в какой-то степени проверил свои знания и способности в области маркетинга. В основном я занимался составлением коммерческого предложения, разработкой SMM-стратегии, которую «Маня» смогла успешно внедрить. Это улучшило показатели организации (охват, просмотры) и, безусловно, отразилось на размере клиентской базы. Я бы с радостью поучаствовал в подобном проекте снова».



**Нина Юрьевна
Ширкина**

Сооснователь и учредитель ДИРЦ
«МАНЯ», СО НКО ЧДОУ «МАНЯ»

«Проект “Поведай миру” дал нам возможность рассказать о себе в новом формате. Создали красивое и ёмкое видео о нас. А ещё обратили наше внимание на ошибки в продвижении нашего проекта. На основе выполненной задачи, которую мы ставили перед командой студентов, мы доработали “рыбу” стратегии продвижения до рабочей – и теперь реализуем с командой из своего города. Благодарим организаторов за интересный формат работы».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

3 месяца

проектной деятельности

50 часов

работы над стратегией
продвижения



Сайт социального предприятия:
Маня-инклюзия.рф

Выберите способ анализа

Описательный анализ

Получение обобщенной информации о данных, визуальный анализ

Биоэквивалентность

Исследование идентичности свойств биодоступности у исходного препарата и дженерика

Предсказательный анализ

Построение статистических и предсказательных моделей, ROC-анализ

Авторы проекта: Ксения Фимина, Крестенко Анатолий, Евгений Андреев, Егор Марусев, Роман Жмурич, Анна Гордеева, МИЭМ НИУ ВШЭ
Заказчик проекта: StatSoft Russia

В условиях дефицита времени и большого потока пациентов работникам сферы медицины проблематично оперативно и объективно оценивать весь комплекс дополнительных клинических исследований. В целях решения обозначенной проблемы студенты МИЭМ НИУ ВШЭ ведут работу по созданию специализированного программного продукта Smart-Медицина, который позволит врачам-исследователям и фармакологам проводить статистическую обработку медицинских данных с помощью инструментария, построенного по принципу рекомендательной системы.

Срок реализации проекта: 2022 г.

Программный продукт Smart-Медицина создан для статистического анализа медицинских данных и представляет собой модульную систему для задач описательного, кластерного анализа, построения предсказательных моделей и задач биоэквивалентности, построенный по принципу рекомендательной системы,

где все этапы анализа выстроены в выверенные логические цепочки, а каждый этап анализа сопровождается подробными комментариями для пользователя и интерпретацией получаемых результатов анализа. Существенным дополнением функционала системы, имеющим особую ценность для пользователей системы, является набор преднастроенных шаблонов отчетов в виде интерактивных информационных панелей (дашбордов). Модули системы включают в себя как классические методы анализа данных, так и специализированные для сферы медицины, например исследование препаратов на фармакокинетическую эквивалентность.

В рамках проекта подготовлен большой объем технической документации по продукту и набор видеоматериалов, демонстрирующих возможности использования программного продукта для удобства пользователей. Программный продукт поддерживает различные операционные системы:

Windows и MacOS. Разработка системы проходила в тесном контакте с сообществом врачей и медиков-исследователей для получения максимально полной информации о их потребностях и испытываемых трудностях. В частности, одной из задач команды аналитиков было исследование рынка командой продуктовых аналитиков, сравнение существующих продуктов, проведение CustDev сессии, написание

аналитических отчетов и статей. Первая версия продукта уже используется в образовательных процессах НИУ ВШЭ для выполнения практических заданий. Результаты проекта представлены на международной конференции Междисциплинарные исследования в области технологий и менеджмента (IRTM 2022). Программный продукт получил высокую оценку экспертов в области медицины.

Анна Гордеева >>>>

«Сфера медицины и информационных технологий продолжительное время вызывает у меня интерес. Участие в этом проекте дало возможность углубиться в эту область, а также получить новые знания и опыт. Наш продукт можно сравнить с карманным калькулятором, только не для математиков, а для врачей или фармацевтов. Приложение Smart-Медицина значительно упрощает процесс статистической обработки медицинских данных, будучи легким в использовании. Я бы хотела продолжить работу над этим проектом и в перспективе довести его до конца».

**Марина
Валентиновна Онищенко**
Исполнительный директор StatSoft Russia

«Мы высоко оцениваем результаты проекта и ценность созданного решения, что подтверждают отзывы потенциальных пользователей продукта, экспертов в области медицины и фармакологии. Команду проекта отличает очень четкая, спланированная и слаженная работа, роли грамотно распределены в соответствии с компетенциями участников, поэтому результаты работы, подготовленная демонстрация работы продукта, в том числе в формате видеопроцессинга по работе с системой, свидетельствуют о высоком уровне подготовки, мотивационной составляющей и нацеленности на качественный результат».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

Более 65 %

респондентов подтверждают необходимость функционала, реализованного в Smart-медицине

5 участников

проектной команды

> 100 сценариев

анализа медицинских данных реализовано в Smart-медицине

РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ СЕНСОРНОГО ИНТЕРАКТИВНОГО МУЗЕЯ «ПРОГУЛКА В ТЕМНОТЕ» (Г. МОСКВА) >>>>>



Авторы проекта: Полина Крылова, Анна Кокотова, Анастасия Натрусова, Полина Садчикова, НИУ ВШЭ

Как перейти дорогу, ориентируясь лишь на шум машин и звук светофора? Какие сны видит слепой человек? Как незрячие пользуются телефонами и есть ли у них WhatsApp? На эти и другие вопросы отвечают незрячие экскурсоводы музея «Прогулка в темноте». Посетители погружаются в эталонную темноту, где визуальное восприятие отключается и начинают в полную силу работать остальные органы чувств: слух, обоняние, осязание.

Основная цель музея: дать посетителям новый опыт и познакомить их с миром незрячих. Показать не ограничения, а возможности незрячих людей. Пандемия сильно ударила по музею: пять месяцев (с апреля по август 2020 года) музей был закрыт на время локдауна, не имея возможности принимать многочисленные группы посетителей (школьные экскурсии, корпоративные группы), т. е. фактически был лишён основного источника дохода. Чтобы выйти из затяжного застоя,

«Прогулке» нужны были новые каналы продаж, свежие идеи, как рассказать о себе большему количеству людей с минимальными финансовыми затратами, увеличение потока посетителей. Именно с таким запросом сотрудники музея пришли в проект АНО АСИИ и НИУ ВШЭ.

Период реализации проекта:
ноябрь 2021 г. – апрель 2022 г.

Задача, поставленная перед студенческой проектной командой, такова: разработать интегрированную маркетинговую стратегию для продвижения проекта «Прогулка в темноте». В ходе проекта студенты провели анализ целевой аудитории проекта, выделили ключевые группы посетителей; предложили малозатратные варианты рекламы и продвижения, пригодные для тестирования в рамках работы проекта и дальнейшей реализации, а также новые каналы привлечения клиентов; продумали и предложили схемы взаимодействия с потенциальными посетителями.

По результатам проекта разработана интегрированная маркетинговая стратегия продвижения музея «Прогулка в темноте» в виде понятного перечня механизмов, каналов, инструментов и аргументированных рекомендаций, с которыми руководство музея продолжит работу. Среди прочего проведена сегментация аудитории проекта по паттернам поведения («Свидание

молодых людей», «Проактивные родители с детьми», «Компании друзей», «Туристические группы», «Школьные группы», «Корпоративные клиенты»). В результате проекта были сформированы практические рекомендации заказчику, позволяющие повысить узнаваемость музея и способствовать росту продаж билетов/услуг, привлечению новых партнёров.



Полина Крылова

«Интеллектуальное волонтерство – это возможность расширить кругозор, познакомиться с представителями различных сфер и окунуться в деятельность организации. Для меня опыт участия в проекте оказался крайне положительным! С удовольствием поучаствую снова в инициативах, которые помогают поддерживать деятельность культурных НКО».

Ирина Владимировна Трочина >>>>>
PR-менеджер музея «Прогулка в темноте»

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

6 групп целевой аудитории проекта, сегментированных по размеру групп при посещении музея

250 отзывов

проанализированы на сервисе TripAdvisor для составления карты ассоциаций посетителей и SWOT-таблицы проекта

4 новых канала

продвижения для проекта предложено студентами

«Особо отмечу глубокое погружение проектной группы в тематику музея, разнообразие предложенных каналов продвижения и детальное обоснование каждого из них, ответственный подход к работе и срокам выполнения поставленных задач. Верим, что воплощение предложенной стратегии будет способствовать увеличению количества посетителей и укреплению имиджа музея. Желаем студентам успехов в учёбе, творческой энергии, удачи во всех начинаниях и смелых, масштабных проектов!»



Сайт социального предприятия
<https://progulka-v-temnote.ru/>

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ВОЛОНТЁРОВ ДЛЯ СПБ БОО «ПЕРСПЕКТИВЫ» >>>>



Авторы проекта: Назкен Тельманова, Жахонгир Ташбаев,
НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург
Руководитель проекта: Гаеде Сепулведа Магдалена Алехандра, руководитель
проектно-учебной лаборатории «Управление репутацией в образовании»

Согласно данным Агентства социальных инициатив, стоимость ресурсов добровольного труда в некоммерческом секторе ежегодно составляет примерно 16,4 миллиарда рублей, что означает, что волонтерская помощь крайне важна для некоммерческих организаций. Социальное добровольчество выделяется в отдельную категорию и оказывает адресную помощь социально уязвимым группам населения.

Благотворительная организация «Перспективы» из Санкт-Петербурга, помогающая детям и взрослым с тяжёлыми множественными нарушениями, реализует уникальную для России программу «Добровольный социальный год». Данную программу отличает полная включённость волонтера в работу организации: предполагается, что участник программы занят в будние дни по 6-7 часов. Социальный волонтер сопровождает группу подопечных от 4 до 8 человек, гуляет с ними, организует досуг, общается, сопровождает на занятия и в поездках, помогает

с кормлением и гигиеническими процедурами. Ежегодно в программу приходят от 15 до 35 человек, однако в последнее время наблюдается снижение числа волонтеров, желающих принять участие в программе «Добровольный социальный год».

Благотворительная организация «Перспективы» поставила перед командой студентов задачу: провести маркетинговой анализ целевой аудитории волонтеров и сформировать предложения по привлечению волонтеров на «Добровольный социальный год».

Период реализации проекта:
ноябрь 2021 г. – март 2022 г.

На первом этапе студенты провели анализ источников информации, из которых волонтеры узнают о Благотворительной организации «Перспективы». Затем был осуществлён количественный и качественный анализ того, сколько и какие волонтеры остаются в организации из числа заполнивших

анкеты. Были также проведены интервью с действующими волонтерами «Перспектив». Одновременно с этим изучены и проанализированы существующие программы по привлечению волонтеров, определены уникальность и конкурентные преимущества программы «Добровольный социальный год».

Студенты сформулировали предложения по позиционированию «Добровольного социального года» в публичном пространстве и совместно с Татьяной Костевой, координатором по набору волонтеров, настроили таргетированную рекламу в социальных сетях на привлечение новых помощников.



Назкен Тельманова

«Участие в проекте, а именно: интеллектуальная помощь благотворительной организации – ещё раз убедило меня в том, что я хочу вносить свой вклад в развитие третьего сектора. Я поняла структуру некоммерческой организации и убедилась в бескорыстности всех участников проекта. Также изучила сам рынок, что улучшило моё понимание об НКО в целом. Мне очень важно осознавать, что я сделала благое дело, своими навыками помогла организации, которая помогает детям с инвалидностью».

Татьяна Костеева, координатор по набору волонтеров, дала высокую оценку результатам проекта, благодаря которому выросло число подписчиков на странице организации в сети ВКонтакте, после долгого перерыва заработал телеграм-канал, запущен сбор пожертвований на платформе Добро.ру.

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

>6 публикаций

об организации и проекте

13 141 подписчик

в сети ВКонтакте

> 50 000 рублей

собрано в качестве пожертвований



Сайт организации
<https://perspektivy.ru/>

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ДЛЯ КРЕАТИВНОГО КЛАСТЕРА «ЛЕТО НА ЗАВОДЕ» >>>>



Авторы проекта: Василина Ахметгареева, Анастасия Сенина,
Юстина Тимершина, Дарьяна Назарова, НИУ ВШЭ
Заказчик проекта: АНО «Агентство развития Сысерти»

АНО «Агентство развития Сысерти» реализует проект летнего креативного кластера «Лето на Заводе», подразумевающий активацию территории старинного сысертского железодельного завода Турчаниновых-Соломирих. Воплощение проекта способствует сохранению и популяризации памятника архитектуры федерального значения, росту инвестиционного потенциала территории, а также оказывает благотворное влияние на развитие экономики городского округа в целом, предоставив жителям равные возможности в реализации собственных талантов.

Проект «Лето на заводе» стал уникальным для территории Свердловской области: в краткие сроки создателям удалось добиться впечатляющих результатов в оживлении территории исторического объекта путём небольших тактических шагов. С момента старта реализации проекта в августе 2020 года территорию посетило 50000 человек, о нём написали федеральные СМИ, стали приезжать

популярные блогеры. Инициативу высоко оценил Президент России и губернатор Свердловской области. Для развития проекта необходимо создание круглогодичной инфраструктуры, а для этого требуются многомиллионные инвестиции. Несмотря на то, что проекту удалось привлечь 13,5 млн грантовых средств, создатели отмечают наличие сложностей в выстраивании фандрайзинговой и маркетинговой стратегий и работы с партнёрами. Таким образом, среди бизнес-задач компании – привлечение инвестиций, более платёжеспособного трафика и новых резидентов, а также укрепление позиции кластера в индустрии «третьих мест» для жителей Екатеринбурга.

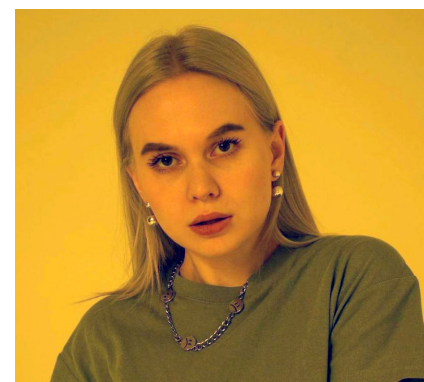
Период реализации проект:
ноябрь 2021 г. – апрель 2022 г.

Проектная команда занялась разработкой маркетинговой стратегии по трём направлениям: продукт, бренд, реклама. Студенты работали в формате co-creation (совместное создание) вместе с заказчиками.

Провели три стратегических сессии. Остальное время работали в команде самостоятельно, разделив зоны ответственности. Глубоко проанализированы представленные компанией материалы, социальные сети проекта и репутация в инфополе. Студенты пришли к выводу, что используемые организацией инструменты уведут кластер не совсем в ту сторону, которую ожидают от общего развития представители компании. Решено было сместить фокус с исторически-туристического контекста в контекст новой креативной экономики. Отдельно была проработана инвестиционная привлекательность, акцентирующая внимание на краудфандинговых площадках, CRM-системе, фондах и PR в бизнес-медиа. Среди сильных сторон работы можно выделить проработку целевой аудитории и формирование новых потенциально привлекательных сегментов (фрилансеров). В работе использовали

инструмент «jobs to be done» («работа для выполнения»), избегая клишированных методов коммуникации с аудиторией. В качестве основной ценности выделили «work-life balance». Для её внедрения студенты проработали новый tone of voice, чтобы представители кластера разговаривали с единомышленниками на одном языке.

Разработанную стратегию можно внедрять в самое ближайшее время, поскольку она во многом адаптирована под текущие обстоятельства. Основная цель: вывести кластер с этапа активации и тестирования на этап активного масштабирования и стабилизации, провести продуктивный летний сезон и увеличить количество гостей, инвесторов, партнёров. Студенты рассчитывают, что благодаря их наработкам у кластера получится сформировать сильное комьюнити и вырасти в геометрической прогрессии совместно с другими региональными креативными инициативами.



Василина Ахметгареева



Сайт заказчика
летоназаводе.рф

«Интеллектуальное волонтерство для меня – это новая форма рабочего взаимодействия с людьми. Осознанная помощь на проектах, развитие которых тебе по-настоящему важно. Участие в проекте мне дало понимание, как ещё я могу содействовать развитию интересных мне продуктов на рынке».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

60 000

общая выручка на ярмарке

2 месяца

период подготовки ярмарки

1000

улыбок и благодарностей

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ЯРМАРКА «УРАЛДОБРО» >>>>>



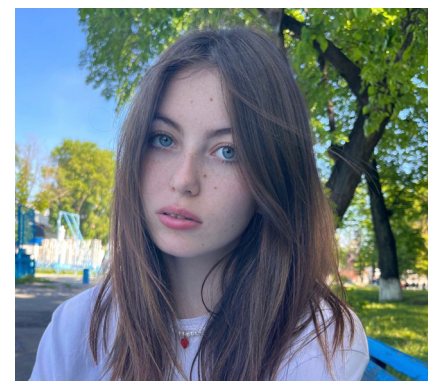
Авторы проекта: Анастасия Вьяскова, Ангелина Дорофеева, Роман Пахомов, Елизавета Руденко, Яна Ярема, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
Заказчик проекта: АНО «УралДобро»

Согласно данным Министерства образования и науки за 2021 год, свыше 300 тысяч российских студентов занимаются добровольчеством. По словам председателя комитета Госдумы ФС РФ по молодёжной политике А.П. Метелёва, «многие идут в волонтерство, чтобы получить профессиональный опыт, навыки и компетенции. Особенно это касается молодёжи, которая понимает, что это пригодится и при поступлении, и после окончания вуза, и при построении карьеры». С каждым годом увеличивается число активной молодёжи, задействованной в социальных и волонтерских проектах. Это говорит об имеющейся потребности данной аудитории взаимодействовать с социумом, заниматься осмысленной деятельностью. Вместе с этим развиваются различные направления волонтерской деятельности. АНО «УралДобро» ставит задачу информировать молодёжь о новых направлениях волонтерской деятельности (медиаволонтерство, молодёжный фандрайзинг), вовлекать молодёжь в деятельность по подготовке

благотворительных мероприятий и поддержке социально значимых проектов ведущих региональных некоммерческих организаций, организации информационной поддержки мероприятий. Представители организации обратились к студентам УрФУ с просьбой в рамках проекта «О!Сознай» организовать благотворительную ярмарку с проведением мастер-классов, продажей товаров инклюзивных мастерских и индивидуальных мастеров.

Период реализации проекта:
январь-март 2022 г.

В рамках реализации проекта студенты организовали и провели мероприятие в поддержку проекта «О!Сознай» – благотворительную ярмарку с мастер-классами, продажей товаров инклюзивных мастерских и индивидуальных мастеров. Подготовлены публикации о возможностях волонтерского участия в проектах СО НКО и сотрудничества с Центром РМСИИ ИнЭУ УрФУ и АНО «УралДобро».



Анастасия Вьяскова

Елизавета Руденко >>>>>

«Главный результат этого проекта – деньги на развитие НКО, которые удалось привлечь благодаря успешной реализации проекта. И, конечно, эмоции, полученные в процессе проведения ярмарки. Приятно было видеть отдачу от мастеров и посетителей».

«Интеллектуальный волонтер – тот, кто может свои узконаправленные знания и навыки применять для помощи и развития, например, благотворительных фондов. В ходе работы над благотворительным проектом от АНО УралДобро я применила такие знания, как написание постов, продвижение благотворительных групп, привлечение молодёжи к волонтерству, а также умения по организации самой благотворительной ярмарки».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

60 000

общая выручка на ярмарке

2 месяца

период подготовки ярмарки

1000

улыбок и благодарностей



Сайт заказчика
uraldobro.ru

ЭКСПЕРТИЗА ПРОЕКТОВ, ПОЛУЧИВШИХ ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПОДДЕРЖКУ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ >>>>>



Авторы проекта: Екатерина Кострова, Арина Ижик, Полина Жильцова, Эльнур Мендеев, София Савкина, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

Заказчик проекта: Хозяйственно-эксплуатационное управление Министерства образования и молодёжной политики Свердловской области

Интеллектуальное волонёрство студентов способно слаженно решать поставленные задачи и полезно не только СО НКО и социальным предприятиям, но и государственным учреждениям и органам власти. Так, например, Государственное казённое учреждение «Хозяйственно-эксплуатационное управление Министерства образования и молодёжной политики Свердловской области» обратилось за помощью к студентам УрФУ, чтобы они помогли собрать объективную информацию о реализуемых в регионе социальных проектах с участием молодёжи и провести экспертизу этих проектов.

Период реализации проекта:
октябрь 2021 г. – январь 2022 г.

В рамках проекта на первом этапе сделана рассылка НКО, получивших поддержку от Министерства образования

и молодёжной политики Свердловской области на реализацию своих проектов, с предложением проведения их внешней экспертизы. Откликнулись 17 НКО. Проведён сбор исходной информации об этих проектах в Интернете (сайт организации/проекта, социальные сети, публикации в СМИ).

На втором этапе члены студенческой команды посещали мероприятий изучаемых проектов (тестировали продукцию). Проведены интервью с организаторами и участниками. Затем по каждому проекту проходило обсуждение результатов в команде. На основании собранных материалов подготовлены развёрнутые отчёты экспертизы с рекомендациями. Все отчёты переданы НКО. На заключительном этапе проходила подготовка сводного отчёта для Министерства образования и молодёжной

политики Свердловской области с итоговыми выводами об участии

молодёжи в проектах, их вкладе, а также рекомендациями по работе с НКО.



Екатерина Кострова

В.Л. Баженова

Работник ГК Свердловской области
«Хозяйственно-эксплуатационное
управление Министерства
образования и молодёжной
политики Свердловской области»

«Участие в проекте интеллектуального волонёрства позволило развить профессиональные компетенции, аналитические навыки, коммуникативные способности, расширить свой кругозор о проектах НКО, реализующихся в Свердловской области для молодёжи. Кроме этого, я получила данные, которые в дальнейшем могу использовать для научных работ».

«Это был очень интересный опыт по организации внешней оценки эффективности проектов, реализованных НКО в сфере образования и молодёжной политики Свердловской области. Для проведения процедуры внешней оценки нами были привлечены независимые эксперты – преподаватели и студенты Уральского федерального университета. Работа выполнена качественно, привлекаемые студенты-эксперты отметили недоработки и предложили решения по дальнейшему развитию проектной деятельности в НКО. Мы приняли их предложения – и уже прорабатываем варианты внедрения».



Сайт ГКУ
http://heu96.ru/ob_upravlenii_kratko/

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

17 НКО

прошли экспертизу

5

членов проектной команды

ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕС-ШКОЛЫ (ИНСТИТУТА) ЧЕРЕПОВЕЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА >>>>



Авторы проекта: Сусанна Гапоян, Екатерина Горушкина, Максим Кудряшов, Анастасия Кузнецова, Вероника Кулагина, Наталья Овчинникова, Дарья Скородина, Юлия Хлюстова, Карина Щербюкова, Череповецкий государственный университет

Руководитель проекта: Наталья Павловна Крылова, доцент кафедры экономики и управления Череповецкого государственного университета

Заказчик проекта: Бизнес-школа Череповецкого государственного университета

Помощь интеллектуальных волонтеров, прежде всего, может быть актуальна и для самого вуза, где они обучаются. Так, руководство бизнес-школы (института) ЧГУ столкнулось с проблемой уменьшения количества поступающих студентов, что свидетельствует о недостатке информации у целевой аудитории о направлениях образовательной подготовки бизнес-школы. Для разработки стратегии продвижения было решено привлечь студентов ЧГУ.

Период реализации проекта:
январь – апрель 2022 г.

Бизнес-Школа – это институт, основанный в 2014 году, осуществляющий подготовку в сфере высшего образования, который также оказывает дополнительные услуги. Несмотря на активную деятельность по продвижению бизнес-школы, наблюдается

недостаточный уровень узнаваемости её бренда среди потенциальной целевой аудитории, в которую входят школьники, абитуриенты, их родители, выпускники колледжей. В результате снижается количество выпускников школ г. Череповца и Вологодской области, желающих поступить в бизнес-школу. В рамках проекта предложено решение по продвижению бренда института через разработку интерактивных кроссвордов, интеллектуальных игр и викторин экономической тематики для школьников, будущих абитуриентов; регулярное участие в профориентационных мероприятиях в школах не только Череповца, но и Вологодской области; активное ведение социальных сетей института с целью привлечения целевой аудитории; обновление стенда о направлениях подготовки института; разработка видеороликов по финансовой грамотности для школьников. Информационные

материалы были переведены на английский язык для привлечения иностранных абитуриентов.

Достижением проекта являются многочисленные положительные отзывы школьников после проведённых профориентационных мероприятий. «Многие из нас, даже те, кто хотел уехать учиться из Вологодской области в другую,

задумались над поступлением в ЧГУ», – поделилась Дарья Лазарева, учащаяся 11-го класса Женской гуманитарной гимназии. «Я думал о том, чтобы поступить в вуз в другой области, но после встречи, просчитав все нюансы, принял решение остаться в родном городе», – рассказывает Сергей Коваль, ученик 11-го класса школы № 13.

Сусанна Гапоян >>>>

«Проект помог в полной мере реализовать мои творческие способности, навыки публичных выступлений, SMM-маркетинга».

Юлия Хлюстова >>>>

«В ходе проектной деятельности я развила свои лингвистические компетенции, а также приобрела опыт работы с разными ресурсами для создания интерактивных упражнений для школьников».

Карина Щербюкова: >>>>

«Во время работы над проектом развила нужные в наше время soft skills, научилась эффективно выстраивать коммуникацию не только с участниками переводческой команды, но и со студентами бизнес-школы».

**Наталья
Васильевна Сахарова >>>>**

Представитель заказчика, ведущий специалист Центра личностного и профессионального развития ЧГУ

«Проектной командой проделана колоссальная работа, все задачи достигнуты, цель успешно выполнена. Проект междисциплинарный, удачно налажены коммуникации между студентами разных кафедр вуза. Также команда успешно апробировала результаты на международном турнире, завоевала Диплом победителя. Заказчик желает вузу процветания и дальнейшего развития».

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

90 часов

профориентационной работы

16 школ и колледжей посещено

2700 подписчиков привлечено

75 постов в социальных сетях

4 видеоролика

9 работ на английском языке



Сайт бизнес школы
<https://www.chsu.ru/struktura-chgu/instituty-i-fakultety/biznes-shkola/>

ОСОБЕННЫЙ МИР >>>>>



Авторы проекта: Даниил Зуев, Анна Салмова, Мария Вдовенко, Анна Матрохина, Университет ИТМО, направление «Компьютерные технологии в дизайне».

Чаще всего, когда мы говорим об интеллектуальном волонтерстве студентов, обучающихся по IT-направлениям, постановка задач сводится к разработке сайта, работе с базами данных или настройке массовых рассылок. Но опыт сотрудничества студентов ИТМО с инклюзивным центром «Йом-йом» показывает, как из обучения детей с ментальными особенностями развития рисованию может развиваться уникальная фандрайзинговая история, причем с использованием самых современных технологий.

Период реализации проекта:
октябрь – декабрь 2021 г.

На первом этапе реализации проекта команда студентов проводили мастер-классы по рисунку для детей с ментальными нарушениями - воспитанников центра «Йом-йом»). Каждому ребёнку предлагалось с помощью карандашей и фломастеров нарисовать людей, животных или монстров. Технические требования к рисункам были минимальные, фактически, подходил любой персонаж.

Затем руководитель и инициатор проекта Даниил Зуев переводил полученные работы детей в трёхмерные модели. Заключительным этапом было создание трёхмерных сцен с этими рисунками и их дальнейшая продажа на криптовалютных площадках (на NFT-аукционах).

Даниил Зуев >>>>>

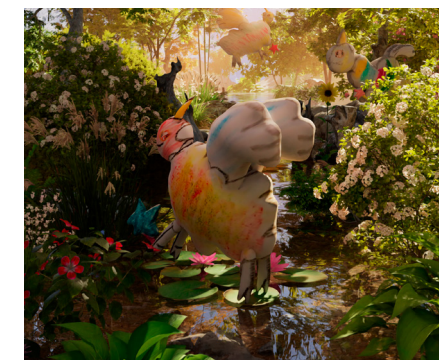
«Создавать сами картины мне было несложно, хотя и заняло много времени: примерно неделю на каждую. Переводил рисунки в 3D-пространство с помощью ресурса Monster Mash, добавлял окружение к каждому конкретному монстрику в Blender. Окружение подбирал в основном по цветам, например, синие монстры у меня ассоциировались с морем и льдом. Затем выставлял освещение в Cinema 4D, а конечную картинку обрабатывал в фотопроцессоре».

С самого начала проект задумывался как благотворительный (половина средств, вырученных с продажи на NFT-аукционах, были отправлены в «Йом-йом»), но неожиданно для самого Даниила открыл ему двери в мир современного цифрового искусства.

Работы из серии показывали на виртуальной выставке Эрмитажа, выставке-ярмарке Disartive в Нижнем Новгороде, а одна из цифровых картин была приобретена криптоинвестором за 230 тысяч рублей.

Даниил Зуев >>>>>

«Благодаря участию в проекте по развитию интеллектуального волонтерства я, в том числе, усовершенствовал собственные навыки, связанные с компьютерной графикой, получил бесценный опыт общения с детьми и взаимодействия с некоммерческой организацией».



Видео о проекте:
<https://youtu.be/M67oaC1PLRc>

ПРОЕКТ В ЦИФРАХ

25 детей

задействованы в проекте

50 % прибыли

направляется в центр «Йом-йом»

За 230 000 рублей

приобрели одну из картин



Оксана Анистратенко

Исполнительный директор АНО «Агентство социальных инвестиций и инноваций»

Развитие талантов и самоопределение человека закреплены в образовательной повестке России на уровне Национальных проектов. Наш проект по интеллектуальному волонтерству, пилотный этап которого состоялся на базе московского и питерского кампусов НИУ «Высшая школа экономики», наглядно показал, что для современных студентов деятельное и осознанное участие в жизни сообщества исключительно важны. Результаты первого этапа показывают, что молодёжь готова инвестировать свои время и знания как в решение конкретных запросов со стороны некоммерческого сектора и социальных предприятий, так и в предложение собственного видения в проработку тех задач, которые ставит общество в целом в лице территории, вуза, отрасли.

Как показал период пандемии, некоммерческий сектор уязвим не только в финансовом плане, но и в плане устойчивости, организационного стратегического развития. Именно поэтому так важно то, что мы научились делать в ходе проекта, и это было сделано не формально, не ради образовательных кредитов – это сразу пошло в реальную жизнь. Мы рады, когда к нашим проектам присоединяются новые компании и объединения – они в лице студентов получают сотрудников, которые понимают ценность командной работы и для которых инвестиции в сообщество – не пустой звук. Надо отметить, что по результатам самых свежих опросов, проведённых в молодёжной среде, сегодня одним из ключевых критериев выбора работодателя выступает приверженность компании или корпорации принципам социальной ответственности.



Лия Сидлина

Ведущий эксперт Центра инновационных экосистем в социальной сфере Института социально-экономического развития НИУ ВШЭ

«Третья миссия» университета – для многих всё ещё непонятный термин. Что могут предложить вузы обществу, помимо качественного образования и исследовательских услуг? В чем заключается «третья миссия»? Ответам на эти вопросы посвящены несколько проектов, над которыми работает Институт социально-экономического проектирования НИУ ВШЭ.

В рамках проекта «Формирование и масштабирование практики реализации «третьей миссии» университета», реализуемом при поддержке Благотворительного фонда Владимира Потанина, мы комплексно подходим ко всем основным направлениям реализации «третьей миссии»: прикладному проектному обучению, университету как центру развития региона (или think tank), а также социальным инновациям в образовании.

В проекте по развитию интеллектуального волонтерства, который ИСЭП реализует в партнерстве с АСИИ, акцент сделан на объединении прикладного проектного обучения и помощи реальным некоммерческим организациям. В рамках инициативы студенты работали над задачами НКО и социальных организаций, отобранных по результатам

конкурса «Поведай миру». Спектр запросов был широким: от создания маркетинговой стратегии до пересмотра подхода к коммуникациям с целевой аудиторией. Поставленные задачи были выполнены в полном объеме, с использованием студентами полученных за время обучения набором навыков и знаний, а также наработанных soft skills. Этот опыт наглядно показал, как именно университет «поворачивается лицом» к обществу. Такие проекты дают реальный опыт, показывают слабые места подобных подходов и возможности для улучшения. По итогам дополняются методические указания, формируются дорожные карты, которые помогут любому университету, вне зависимости от его размера и географии нахождения, развивать «третью миссию» на практике. Непонятный термин обретает вполне конкретные очертания и смысл.



Магдалена Гаеде

Руководитель Проектно-учебной лаборатории управления репутацией в образовании НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург

Университеты по всему миру работают над тем, чтобы покинуть свою «башню из слоновой кости», где они долгое время находились в зоне комфорта. Сегодняшний университет занимает в обществе неоднозначную позицию: будучи довольно неуверенным в своей роли, он находится на уровне между предпринимательским университетом и средневековой академией. В настоящее время в различных частях мира мы наблюдаем намерение построить более «социально ориентированный университет» с упором на региональный подход со стороны студентов. Так, «третья миссия» включает в себя инновации, предпринимательство и социальную ответственность.

Социальные проекты Лаборатории управления репутацией в образовании направлены на разработку и получение опыта внедрения модулей прикладного проектного обучения, помогающих студентам вузов повысить свои социальные компетенции за счёт вовлечения в социально-предпринимательскую деятельность, в том числе в формате «обучения служением». Проект предусматривает как запуск собственного социально значимого бизнеса через участие в вузовском бизнес-инкубаторе, так и интеллектуальное волонтерство, когда студенты разрабатывают проекты под запросы социальных предпринимателей или некоммерческих организаций своего региона. Все студенты – участники проекта – проходят курс по социальным инновациям, включающий социальное предпринимательство, импакт-инвестирование, цели устойчивого развития ООН, управление социальной сферой, социальное волонтерство. Благодаря проектам социальной направленности у студентов открываются глаза на пёстрый и разнообразный мир за пределами университетских стен, а университет участвует в жизни города или целого региона.

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ -
ВО БЛАГО ЧЕЛОВЕЧЕСТВУ!**



Проект по развитию интеллектуального волонтерства реализуется АНО АСИИ при поддержке Фонда президентских грантов на развитие гражданского общества в сотрудничестве с НИУ ВШЭ.